

La manipulación de los medios de comunicación en la percepción política y social de los mexicanos

Gael Rodríguez Álvarez: 181917

Escritura académica: O24-ESP0022-20

Miriam Yvonn Márquez Barragán

8 de noviembre del 2024

Declaro que el presente trabajo es completamente de mi autoría. Soy responsable de las omisiones o problemas de citación.

Resumen:

La manipulación de los medios de comunicación en México ha generado una distorsión significativa en la percepción política y social de la población, al ocultar información relevante y desviar la atención hacia cuestiones de menor importancia. Esta problemática es particularmente evidente en la cobertura de eventos políticos y trágicos, donde la información se presenta de manera sesgada o incompleta, limitando la capacidad de los ciudadanos para estar debidamente informados. El presente articulo argumenta que dicha manipulación no solo influye en la percepción colectiva de los mexicanos, sino que también favorece los intereses de ciertos grupos de poder, lo que debilita el ejercicio democrático y la participación de la ciudadanía. En respuesta, se propone la necesidad de que los ciudadanos desarrollen un pensamiento crítico frente a los medios de comunicación, acompañado de la promoción de la educación mediática para identificar las estrategias manipulativas empleadas y recurrir a fuentes alternativas de información. Solo a través de esta concientización es posible mitigar la influencia negativa de los medios y fortalecer una ciudadanía más informada y consciente de su entorno.

Palabras clave: Manipulación, percepción, información, ciudadanos, medios.

Abstract:

The manipulation of media in Mexico has created a significant distortion in the political and social perception of the population by concealing relevant information and diverting attention to less important issues. This is particularly evident in the coverage of political and tragic events, where information is presented in a biased or incomplete way, limiting citizens' ability to be properly informed. This essay argues that such manipulation not only affects Mexicans'

collective perception but also benefits certain power groups, weakening democratic engagement and citizen participation. In response, citizens must develop critical thinking skills regarding media and promote media literacy to identify manipulative strategies and seek alternative sources of information. Only through this awareness is it possible to mitigate the negative influence of the media and foster a more informed and conscious citizenry.

Keywords: Manipulation, media, perception, information, citizens.

La manipulación de los medios de comunicación en México no solo afecta la percepción política y social de los ciudadanos, sino que también desvía su atención de los problemas reales que enfrenta el país, fomentando una desinformación que favorece los intereses de grupos de poder. Este fenómeno limita la capacidad de la población para tomar decisiones informadas y participar activamente en la vida democrática. Los medios de comunicación, que deberían servir como vehículos de información objetiva, muchas veces priorizan intereses económicos y políticos sobre el derecho de la sociedad a estar debidamente informada.

Una de las principales estrategias de esta manipulación mediática es la repetición de ciertos discursos o noticias, que se transforman en verdades percibidas, aunque carezcan de fundamentos sólidos. Según la Fundación Melior, “lo que se repite hasta la saciedad cala entre el público y se convierte en verdad absoluta, aunque no lo sea” (Fundación Melior). De esta manera, se construye una realidad distorsionada que condiciona la percepción del público, alejándolo de los problemas más críticos. Un claro ejemplo de esta manipulación se evidencia en los periodos electorales, donde los políticos aprovechan los medios para difundir mensajes que, aunque basados en falacias, logran movilizar a las masas a su favor (ID Digital School, 2022).

El objetivo de esta investigación es analizar cómo los medios manipulan la información en México y evaluar el impacto de esta manipulación en la formación de opiniones y en la toma de decisiones políticas. A su vez, se pretende identificar las técnicas y estrategias utilizadas

para distorsionar la realidad o desviar la atención pública, y proponer herramientas que fomenten un consumo crítico de los medios. La alfabetización mediática es una de las propuestas clave para que la sociedad pueda distinguir entre información veraz y manipulada, y así contrarrestar los efectos de la desinformación.

Esta investigación se enmarca en un análisis crítico de los discursos mediáticos y sus efectos en la percepción política y social de los ciudadanos. Al entender las estrategias de manipulación y sus consecuencias, se espera contribuir a la creación de una sociedad más informada, consciente de su entorno y capaz de tomar decisiones que fortalezcan la democracia y el bienestar colectivo. La alfabetización mediática surge, entonces, como una herramienta indispensable para combatir la manipulación y recuperar la confianza en los medios de comunicación.

Hoy en día, la manipulación de los medios de comunicación en México es un fenómeno crítico que distorsiona la percepción política y social de los ciudadanos. A medida que las noticias se presentan de manera sesgada o incompleta, la capacidad de la población para tomar decisiones informadas se ve afectada, lo que debilita la participación en la democracia. Este control mediático desvía la atención de problemas relevantes y favorece a grupos de poder. En su obra "La política y la manipulación de los medios de comunicación: el papel del ciudadano", Daniela Mariana Castro Torres señala que “en un mundo cada vez más interconectado, la relación entre los medios de comunicación y los ciudadanos se ha vuelto más dinámica, permitiendo una interacción constante entre productores y consumidores de información”. Esto sugiere que los medios de comunicación han evolucionado con el tiempo, adaptándose a las nuevas tecnologías y formas de consumo, hasta llegar a nuestras manos en dispositivos personales. A través de estos, los medios no solo proporcionan la información que deseamos consumir, sino que también presentan aquello que queremos escuchar. Esta evolución no solo ha facilitado el acceso a la información, sino que ha incrementado la facilidad con la que se

distribuye la desinformación, convirtiéndola en un fenómeno igualmente accesible y común. Jaume Guillamet, en su obra "*Censura, mentira y manipulación mediática: un apunte historiográfico",* Habla de la manipulación mediática y su mala práctica de la siguiente manera:

> La manipulación mediática es un concepto reciente en el debate público sobre las malas prácticas informativas en los medios de comunicación y las redes sociales, pero dichas malas prácticas no son una novedad en la historia del periodismo, aunque hayan sido conocidas con otros nombres. (Guillamet, 2018)

En la práctica de la manipulación mediática se llevan a cabo numerosas estrategias, que ayudan a manipular a consumidores al antojo de los que manejan la información, beneficiándose o beneficiando a otros. Un claro ejemplo es el uso de cortinas de humo, una táctica donde los medios presentan eventos o polémicas para desviar la atención de temas relevantes. Tepal (2023) señala que la generación de controversia o escándalos públicos es una técnica recurrente, donde se crean escenarios con los que la gente pueda empatizar, evitando que se concentren en temas más importantes.

Un ejemplo histórico de esta práctica en México es la polémica boda del actor Eugenio Derbez, que coincidió con una manifestación significativa contra el entonces presidente Enrique Peña Nieto. Muchos señalan que el alto grado de cobertura mediática de la boda tenía el propósito de distraer la atención pública de la protesta. De igual manera, otro caso emblemático fue el fenómeno del "Chupacabras", un mito que se popularizó en los medios durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari.

> "Durante estos años, el país experimentaba crisis económicas, como el famoso "error de diciembre" en 1994, que provocó una devaluación masiva del peso y un aumento en la inflación. Además, se dieron reformas económicas polémicas, como la firma del TLCAN" (Borchardt, 2024).

Estos casos ilustran cómo se utiliza la manipulación mediática a gran escala para ocultar problemas estructurales, permitiendo que la información crucial pase desapercibida para gran parte de la ciudadanía.

Sin embargo, esta práctica de manipulación no es nueva ni ha quedado en el pasado; de hecho, se ha vuelto más sutil con el tiempo, pasando cada vez más desapercibida debido a la saturación de información y el uso constante de medios digitales en nuestra vida diaria. Un caso reciente es el reality show "La Casa de los Famosos", cuyas fases eliminatorias coincidieron con la implementación de la nueva reforma del poder judicial en México. Este tipo de entretenimiento acapara la atención del público, distrayéndolo de temas de gran relevancia política y social, generando que reformas trascendentales se discutan con menos visibilidad. Esta situación se hizo aún más evidente cuando Adrián Marcelo, uno de los participantes más populares de "La Casa de los Famosos", decidió abandonar el programa voluntariamente el mismo día que se implementó la reforma al poder judicial. Inmediatamente, la atención mediática y del público se volcó hacia su salida, eclipsando el debate y la cobertura de la reforma. En redes sociales, particularmente en plataformas como "X" (anteriormente conocida como Twitter), el nombre de Adrián Marcelo se convirtió en tendencia, mientras que las menciones y discusiones sobre la reforma judicial eran mínimas en comparación. Según un artículo de la revista de comunicación política *Campaigns & Elections México*, en donde se muestra una encuesta realizada por grupo CAPICSI, la salida de Adrián Marcelo generó un impacto considerablemente mayor en la plataforma X, acumulando más de 575 mil menciones, comparado con las 123 mil relacionadas con la reforma al Poder Judicial. Esto representa más de tres veces la cantidad de interacciones y destaca cómo los temas de entretenimiento pueden captar una atención pública significativamente superior a los asuntos políticos cruciales. Incluso en los motores de búsqueda y en las noticias en internet, la prioridad de los mexicanos

fue seguir el drama televisivo, lo que revela el impacto que los medios de entretenimiento pueden tener en desviar la atención pública de eventos políticos trascendentales.

Otro aspecto clave es el uso selectivo de la información para crear una narrativa favorable a ciertos actores políticos. La comunicación del gobierno de turno a menudo recurre a discursos simplificados y populistas, alineados con los intereses de la administración, que los medios reproducen para moldear la percepción pública. Si bien en un sistema democrático ideal la prensa actúa como contrapeso, en México la colaboración tácita entre los medios y los grupos de poder debilita la democracia, dado que no se proporciona a la ciudadanía la información completa y precisa que necesita para juzgar objetivamente las decisiones políticas.

La manipulación mediática también se refuerza a través de la repetición. Si bien este fenómeno no es exclusivo de México, su uso recurrente en el país destaca debido a la facilidad con la que un mensaje repetido en múltiples canales se convierte en verdad incuestionable para muchos. Como dice la Fundación Melior, "lo que se repite hasta la saciedad cala entre el público y se convierte en verdad absoluta, aunque no lo sea." La repetición permite que se inserten ideas con escaso fundamento, creando una realidad conveniente para ciertos intereses y que poco tiene que ver con la complejidad de los temas abordados. Además, se ha demostrado que el cerebro humano se siente atraído por información simple y repetitiva, lo que explica cómo muchos temas simplificados o trivializados terminan dominando la narrativa pública.

Aunque la manipulación mediática es una práctica común y a menudo eficaz para los gobiernos y las empresas, es sumamente perjudicial para el desarrollo de una sociedad crítica y bien informada. Si los ciudadanos no pueden confiar en la veracidad de la información que consumen, su capacidad para tomar decisiones informadas queda limitada. Esta realidad también subraya la importancia de la alfabetización mediática como una herramienta de resistencia. Fomentar en la población una capacidad crítica para analizar lo que ve, escucha o

lee podría contrarrestar en parte el poder de los medios manipuladores y contribuir a una ciudadanía más participativa y menos susceptible a la desinformación.

Otro problema, aunque no estrictamente un ejemplo de manipulación mediática es el fenómeno de la espiral de silencio, un fenómeno social que impacta a la sociedad en general. La politóloga Elisabeth Noelle-Neumann define esta teoría como un enfoque para comprender el surgimiento de la opinión pública a través de la suma de mecanismos psicológicos individuales. Específicamente, la teoría sugiere que las personas, al percibir que su opinión es minoritaria o impopular, tienden a silenciarse por miedo al aislamiento social.

El término "espiral de silencio" puede sonar poco común, pero al desglosarlo, es fácil relacionarlo con situaciones cotidianas en México, especialmente al consumir contenido que influye en la opinión pública. Este fenómeno se observa incluso en decisiones aparentemente triviales, como votar en un reality show. Aunque inicialmente alguien prefiera un candidato, al escuchar que la mayoría apoya a otro, puede cambiar su voto para alinearse con la opinión dominante, aunque no tenga intenciones firmes de hacerlo.

Este efecto puede amplificarse en temas de mayor importancia, como en elecciones políticas. Un ejemplo reciente se dio en las elecciones de 2024 en México, donde el candidato Jorge Álvarez Máynez, a pesar de su registro tardío, logró atraer simpatizantes en redes como TikTok. Al ver videos, publicaciones y comentarios que lo apoyaban, muchos electores que inicialmente no tenían una preferencia decidida optaron por Maynez, influenciados por la popularidad que percibían. Este fenómeno revela cómo el apoyo visible hacia un candidato o causa puede modificar la percepción individual y las decisiones de voto, aun cuando la persona no estaba convencida de inicio.

Este fenómeno no solo afecta nuestro criterio y opiniones, sino que, a largo plazo, contribuye a una creciente ignorancia entre la población. Las personas tienden a aceptar lo que

los medios de comunicación o figuras influyentes consideran como la mejor opción, sin realizar un análisis crítico del contenido que consumen. Esta pasividad ante la información puede llevar a una aceptación acrítica de ideas, donde las decisiones se basan más en la percepción de lo que es popular o bien visto que en la investigación y el entendimiento profundo de los temas en cuestión.

Además, esta tendencia no solo empobrece el conocimiento individual, sino que también limita la diversidad de perspectivas en la discusión pública. Cuando la mayoría se siente presionada a conformarse con las opiniones predominantes, se ahogan voces disidentes y se debilitan los debates que podrían enriquecer nuestra comprensión colectiva. Este ciclo de ignorancia y conformidad puede generar una sociedad más manipulable, en la que las decisiones se tomen basadas en modas momentáneas en lugar de fundamentos sólidos. En conclusión, la manipulación de los medios de comunicación y su impacto en la percepción pública exige una respuesta urgente que incluya la concienciación y la educación de las generaciones actuales y futuras.

La información, en este contexto, no es neutral: cada mensaje, noticia o tendencia lleva consigo una intención, que, si no se comprende, afecta nuestra visión del mundo y nuestras decisiones. Es imperativo que la sociedad mexicana esté más alerta a lo que consume, ya que la influencia mediática moldea, a menudo de forma sutil, nuestras opiniones, nuestra visión de los hechos y nuestras reacciones ante ellos. Este fenómeno no solo afecta la vida política y social del país, sino que también define las actitudes y comportamientos individuales de manera profunda.

La alfabetización mediática, por lo tanto, debe ser un pilar en la educación. Desde las primeras etapas escolares, es crucial que los estudiantes desarrollen habilidades para discernir entre información veraz y manipulada, aprendan a evaluar la credibilidad de las fuentes y

comprendan los sesgos inherentes en muchos de los mensajes que reciben a diario. Esta capacidad crítica se vuelve indispensable en un entorno donde las redes sociales y las plataformas digitales, que son de fácil acceso para todas las edades, han amplificado el alcance y la rapidez con la que se difunde la información. Con la llegada constante de noticias y opiniones en formato breve, es fácil adoptar ideas sin cuestionarlas y asumir posiciones basadas en el eco de las opiniones predominantes.

Para las generaciones actuales, que ya están inmersas en este mar de contenido, también es vital reforzar la conciencia sobre cómo los medios de comunicación y las opiniones mediáticas afectan su comportamiento y criterio. La comprensión de estos efectos no solo ayuda a proteger la integridad de sus decisiones, sino que también les da el poder de influir positivamente en su entorno, sirviendo como ejemplo para los más jóvenes y fomentando una cultura de cuestionamiento y análisis en sus comunidades. Hoy, más que nunca, es importante recordar que la información no es solo un canal para recibir hechos, sino que también es una herramienta para construir criterios. En este sentido, tanto jóvenes como adultos deben ser educados en la importancia de consumir contenido de manera crítica y reflexiva.

> "Con la llegada de internet, se creía que en el siglo XXI la sociedad estaría mejor informada y podría expandir sus conocimientos; sin embargo, una gran parte de la población utiliza la red sólo para el ocio." (López, 2021)

La manipulación mediática y la sobreabundancia de información también plantean un desafío ético y social que va más allá del mero consumo de noticias: afecta nuestras decisiones colectivas y puede condicionar las actitudes de toda una sociedad frente a temas de interés común. Si permitimos que la información no verificada o cargada de intenciones ocultas sea la guía de nuestras decisiones, estamos cediendo control sobre nuestras opiniones a quienes producen o manipulan los contenidos. Esta es una razón fundamental para fortalecer en las generaciones actuales y futuras la habilidad de discernir y elegir lo que realmente aporta al

conocimiento y al desarrollo personal y social. Solo con un enfoque de consumo consciente es posible reducir el poder de la manipulación y actuar de manera autónoma, sin depender de opiniones externas que carecen de fundamento.

Por otro lado, una ciudadanía crítica es una ciudadanía menos manipulable y más activa. Al fomentar una visión informada y autónoma, las personas se vuelven capaces de cuestionar los mensajes y establecer un criterio propio, lo cual fortalece la democracia y promueve una participación real en la vida pública. La manipulación mediática no desaparecerá, pero su efecto puede ser significativamente reducido si se implementan programas de educación mediática desde niveles básicos, que aborden no solo el consumo de información, sino también el análisis de las estructuras y objetivos de quienes generan contenido. Esto dotará a la sociedad de herramientas para defenderse de la desinformación y para reconocer los patrones de manipulación, manteniendo una postura independiente y consciente frente a los hechos.

La educación y la concienciación sobre el consumo de medios no solo son necesarias, sino que son una inversión esencial para un futuro con ciudadanos informados y participativos. Es fundamental que desde la familia, la escuela y los espacios públicos se impulse una cultura donde la información se consuma de manera crítica y consciente. Con esto, no solo se fortalece el criterio individual, sino que se promueve una sociedad más resistente a la manipulación, capaz de actuar en función de principios y conocimientos sólidos en lugar de opiniones impuestas o verdades a medias. Para enfrentar los desafíos de la era digital y la constante exposición a medios masivos, el desarrollo de habilidades críticas es la solución más eficaz para construir una sociedad informada, ética y responsable.

Referencias:

Borchardt, C. (2024, 5 de septiembre). Otras supuestas ‘cortinas de humo’ más grandes en la historia de México. *El Imparcial*. https://www.elimparcial.com/mexico/2024/09/06/otras-supuestas-cortinas-de-humo-mas-grandes-en-la-historia-de-mexico/ Recuperado el 10 de octubre de 2024.

Campaigns & Elections Mexico. (2024, 4 de septiembre). Reforma judicial vs Adrián Marcelo. *Campaigns and Elections México*. https://ceonline.com.mx/post/reforma-judicial-vs-adrian-marcelo/ Recuperado el 28 de octubre de 2024.

Castro Torres, D. M. (s.f.). La política y la manipulación de los medios de comunicación: el papel del ciudadano. *Scielo*. Recuperado el 26 de septiembre de 2024.

Castromil, A. R. (s.f.). El mecanismo de espiral del silencio (Noelle-Neumann) – POLITICA Y MEDIOS .NET. *POLITICA Y MEDIOS .NET*. https://politicaymedios.net/espiral-del-silencio/ Recuperado el 26 de septiembre de 2024.

Fundación Melior. (s.f.). Medios de comunicación ¿armas de manipulación masiva? *Fundación Melior*. https://fundacionmelior.org/archivado/medios-de-comunicacion-armas-de-manipulacion-masiva/ Recuperado el 26 de septiembre de 2024.

Guillamet, J. (2018). Censura, mentira y manipulación mediática: un apunte historiográfico. *Revista Brasileira de História da Mídia*, 7(1). https://doi.org/10.26664/issn.2238-5126.7120187023

ID Digital School. (2022, 12 de agosto). La manipulación como arma política e ideológica. *ID Digital School*. https://iddigitalschool.com/la-manipulacion-como-arma-politica-e-ideologica/

López, R. R. (2021, julio-septiembre). ¿Sociedad más informada o más ignorante *Goooya, PUEDJS*. https://puedjs.unam.mx/goooya/sociedad-mas-informada-o-mas-ignorante/ Recuperado el 31 de octubre de 2024.

Tepal, J. (2023, 21 de marzo). 'Cortinas de humo,' secretos a voces para tapar escándalos políticos. *Imagen Poblana*. https://imagenpoblana.com.mx/23/03/21/-ldquo-cortinas-de-humo-rdquo--secretos-a-voces-para-tapar-escandalos-politicos Recuperado el 10 de octubre de 2024.

Echeverría, M. (2017, December). Sesgo partidista en los medios. Una crítica metodológica y propuesta. SciELO México. Recuperado el 10 de noviembre de 2024, de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2017000300217